

PENINGKATAN PEMASARAN DAN PROMOSI DI PONDOK PESANTREN TANWIRUL FIKR

Ahmad Mardalis¹, Aflit Nuryulia P², Yogie Indra Kurniawan³, Sri Murwanti⁴

^{1, 2, 4} Manajemen, Universitas Muhammadiyah Surakarta

³ Teknik Informatika, Universitas Jenderal Soedirman

Jl. Jendral Ahmad Yani, Pabelan, Kartasura-Surakarta

*e-mail: *1Ahmad.Mardalis@ums.ac.id*

Abstract. The public's view of Islamic boarding schools is only a place for people to study religion and is identical with backwardness, so that the public's interest in studying in Islamic boarding schools is still low. This view makes the role of marketing very important for the development of a boarding school. So far, the Muhammadiyah Tanwirul Fikr Islamic Boarding School has not carried out an integrated marketing strategy. There are no leaflets that explain the Islamic boarding school. Marketing is only word of mouth marketing conducted by teachers, santri, alumni of santri or santri guardians. Seeing these problems, Tanwirul Fikr needs optimal marketing as a means of promotion for them in the hope that boarding schools can get students more easily. The method of implementing this service is training and assistance in preparing the profile of Islamic boarding schools, increasing the ability to market educational services for Islamic boarding schools, increasing knowledge and skills in compiling leaflets. After the brochure design was made, training was conducted on 12 marketing pillars consisting of: Public Relations, Publicity or Press Release; Referrals; Endorsement; Advertising; Direct Mail; Direct Sales; Direct Agent; Beneficiary Host; Telemarketing; Joint Venture; Providing seminars; and Canvassing or Booth

Keywords: *Marketing, Profile, Tanwirul Fikr Boarding School.*

Abstrak. Pandangan masyarakat mengenai pondok pesantren hanya sebagai tempat orang belajar agama dan identik dengan keterbelakangan, sehingga minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di pondok pesantren masih rendah. Pandangan ini membuat peran pemasaran sangatlah penting bagi perkembangan suatu pondok pesantren. Selama ini Pondok Pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikr ini belum melakukan strategi pemasaran yang terintegrasi. Belum ada leaflet yang menjelaskan tentang pondok pesantren. Pemasaran lebih kepada pemasaran *word of mouth* (dari mulut ke mulut atau gethok tular) yang dilakukan oleh guru, santri, alumni santri ataupun wali santri. Melihat permasalahan tersebut, dibutuhkan pemasaran yang tepat dan optimal sebagai sarana promosi bagi pondok pesantren Tanwirul Fikr dengan harapan pondok pesantren bisa mendapatkan santri dengan lebih mudah. Metode pelaksanaan pengabdian ini yaitu pelatihan dan pendampingan penyusunan profil pondok pesantren, peningkatan kemampuan memasarkan jasa pendidikan pondok pesantren, peningkatan pengetahuan dan keterampilan penyusunan leaflet. Setelah dibuat desain brosur, dilakukan pelatihan mengenai 12 pilar pemasaran yang terdiri dari : *Public Relation, Publisitas atau Press Release; Referral; Endorsement; Advertising; Direct Mail; Direct Sales; Direct Agent; Host*

Beneficiry; Telemarketing; Join Venture; Memberikan Seminar; dan Canvoasing atau Booth.

Kata kunci:*pemasaran, pondok pesantren, profil.*

Pendahulan

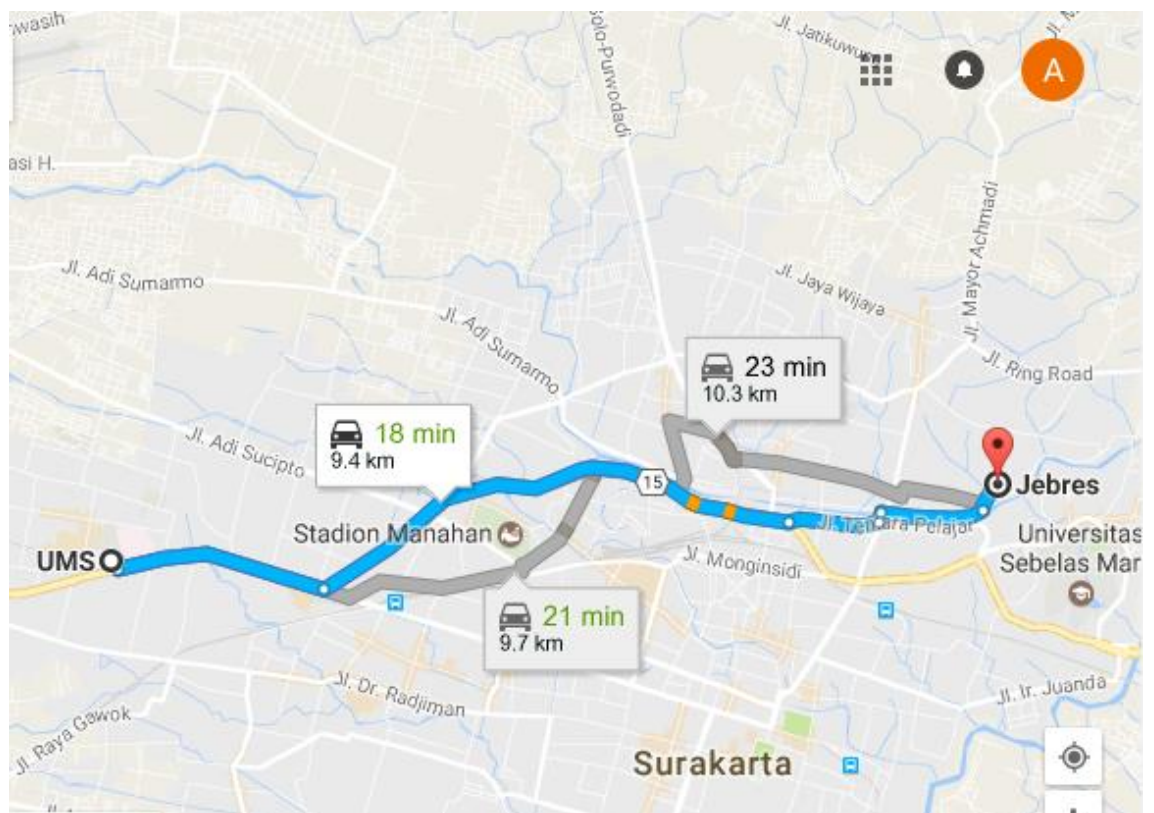
Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan yang memiliki lima elemen pokok, yaitu pondok/asrama sebagai tempat tinggal santri, masjid sebagai tempat belajar dan praktik ibadah keagamaan, pengajaran kitab-kitab klasik, santri sebagai siswa dan kyai sebagai pimpinan pondok pesantren. Jumlah pondok pesantren tahun 2013 mencapai 29.535 yang tersebar diseluruh wilayah Indonesia. Pondok pesantren ini terdiri dari tiga kelompok yaitu salafiyah, khalafiyah dan kombinasi keduanya. Keseluruhan santri berjumlah 1.945.230 orang putra dan 1.931.486 orang putra. Jumlah pengajar berjumlah 106.778 orang putra dan 54.105 orang putri.

Muhammadiyah memiliki 38 pondok pesantren di Jawa Tengah. Salah satu Pondok Pesantren Muhammadiyah yang ada di Surakarta yaitu Pondok Pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikri. Telah berdiri sejak tahun 2006. Terletak di Jl. Dawah Karang RT 03 RW 23 Jebres. Pendirinya adalah Muhammadiyah. Luas pesantren 100m2 putra dan 300 m2 putri. Santri ini khusus untuk mahasiswa. Saat ini memiliki 18 santri putra dan 20 santri putri. Pendidikan santri Rp1.500.000,00 per tahun. Jumlah guru putra dan putri sebanyak 14 orang. Fasilitas yang tersedia masjid, ruang kelas, lapangan olahraga dan perpustakaan. Pondok pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikri ini dipimpin oleh Bapak Ustadz Feri Firmansyah,Lc.



Gambar 1. Pondok Pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikr

Peta lokasi Pondok Pesantren Tanwirul Fikr dapat dilihat dari gambar berikut:



Gambar 2. Peta Lokasi Pondok Pesantren Tanwirul Fikr

Pandangan masyarakat mengenai pondok pesantren hanya sebagai tempat orang belajar agama dan identik dengan keterbelakangan (Nulhakim, 2012). Minat masyarakat untuk menempuh pendidikan di pondok pesantren masih rendah. Pandangan ini membuat peran pemasaran sangatlah penting bagi perkembangan suatu pondok pesantren. Selama ini pondok pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikr belum melakukan strategi pemasaran yang terintegrasi. Belum ada leaflet yang menjelaskan tentang profil pondok pesantren karena Tanwirul Fikr juga belum memiliki profil dari pondok pesantren. Pemasaran lebih kepada pemasaran *word of mouth* (dari mulut ke mulut atau gethok tular) yang dilakukan oleh guru, santri, alumni santri ataupun wali santri. Hal ini dikarenakan kurangnya pemahaman metode pemasaran yang bisa dilakukan oleh pengurus pondok.

Jumlah siswa atau santri di pondok pesantren ini pun berkisar antara 30-40 santri setiap angkatan, padahal daya tampung di pondok pesantren masih cukup untuk menambah santri di setiap angkatan. Hal ini menunjukkan bahwa Pondok Pesantren Tanwirul Fikr belum bisa memaksimalkan potensi dan pemasaran untuk mendapatkan santri lebih banyak lagi.

Berdasarkan Tanfidz Keputusan Mukhtamar Muhammadiyah Ke-47 Program Umum 2015-2020 halaman 17, Muhammadiyah memprioritaskan pembinaan dan pengembangan sekolah-sekolah kader (Madrasah Mu'allimin, Mu'allimat, Pondok Pesantren), organisasi otonom dan lembaga-lembaga pendidikan Muhammadiyah sebagai pusat pembibitan kader Muhammadiyah bekerjasama dengan Majelis/Lembaga/Badan terkait di seluruh wilayah persarikatan. Pembinaan dan pengembangan pondok pesantren Muhammadiyah perlu untuk dilakukan secara bersama-sama. Melalui pengabdian ini Universitas Muhammadiyah Surakarta, PRM Jebres dan LP2M PWM Jateng ikut serta dalam pembinaan dan pengembangan pondok pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikr.

Berdasarkan analisis situasi diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan mitra pengabdian ini antara lain kurangnya pemahaman dan keterampilan karyawan tentang pemasaran. Organisasi hendaknya dapat beradaptasi dengan lingkungan diantaranya yaitu perkembangan teknologi informasi sebagai alat

pemasaran (Hua, 2016). Adopsi teknologi elektronik pada suatu lembaga sangat dipengaruhi oleh pemilik atau pengelolanya (Sarmah dkk, 2017).

Berdasarkan analisis situasi diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan mitra pengabdian ini antara lain:

1. Pengelolaan pondok pesantren masih sangat sederhana
2. Belum ada identifikasi profil pondok pesantren.
3. Kurangnya pemahaman metode pemasaran yang bisa dilakukan kepada masyarakat .
4. Belum melakukan strategi pemasaran yang terintegrasi dan terkoordinasi dengan baik.
5. Belum ada leaflet yang berisi informasi mengenai pondok pesantren

Dari beberapa permasalahan diatas, mitra pondok pesantren Tanwirul Fikr, PRM Jebres dan LP3M PWM Jateng sepakat untuk menentukan prioritas kegiatan yang akan dilakukan pada kegiatan ini yaitu:

1. Peningkatan peran PRM Jebres dan LP3M PWM Jateng dalam pengelolaan pondok pesantren muhammadiyah
2. Peningkatan kemampuan sumber daya manusia (SDM) dalam penyusunan profil pondok pesantren
3. Peningkatan kemampuan (SDM) memasarkan jasa pendidikan pondok pesantren melalui leaflet

Solusi yang ditawarkan pada kegiatan pengabdian masyarakat untuk Pondok Pesantren Muhammadiyah Tanwirul Fikr yaitu:

- Mendampingi Penyusunan Profil Pondok Pesantren
- Melakukan Pelatihan Strategi Pemasaran Pondok Pesantren
- Menentukan divisi pemasaran pondok pesantren.
- Melakukan Pembuatan Leaflet

Iptkes yang akan diberikan kepada mitra diantaranya yaitu profil kelembagaan, strategi pemasaran, dan desain leaflet. Profil kelembagaan penting sebagai modal dalam melakukan promosi pada sebuah instansi (Kurniawan, 2018).

Profil untuk suatu lembaga sebaiknya terdiri dari sejarah berdiri, kapan berdiri, siapa pendiri, mengapa didirikan, alamat lembaga, visi dan misi lembaga, program-program yang diselenggarakan, sarana prasarana yang dimiliki, kurikulum dan metode pembelajaran, strategi pengembangan, struktur organisasi, penjelasan dan dilampiri foto pengelola, keunggulan lembaga, mitra kerja (bidang kerjasama, sistem kemitraannya), prestasi yang pernah diraih, prestasi atau pengalaman alumni, galeri foto kegiatan. Strategi pemasaran jasa pendidikan terdiri dari 4P tradisional dan 3P sebagai perluasan bauran pemasaran. 4P terdiri dari *product, price, place, promotion*. Sedangkan 3P yaitu *people, physical evidence, dan process*. Leaflet merupakan salah satu media komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan informasi mengenai suatu lembaga.

Metode

Tahapan kegiatan pendampingan kepada pondok pesantren Muhammadiyah meliputi beberapa kegiatan, antara lain :

1. Persiapan
2. Identifikasi Kondisi dan Permasalahan
3. Perumusan Permasalahan
4. Pelatihan Penyusunan Profil Pondok Pesantren
5. Pelatihan Manajemen Pemasaran dan Pembentukan Divisi Pemasaran Pondok Pesantren
6. Pelatihan dan penyusunan desain leaflet dan blog Pondok Pesantren
7. Simulasi penerapan
8. Pengukuran Indikator capaian
9. Monitoring dan Evaluasi

Hasil dan Pembahasan

Penyusunan profil Pondok Pesantren Tanwirul Fikr telah dilakukan bersama antara tim pengusul dengan pengurus pondok pesantren. Pesantren Mahasiswa Tanwirul Fikr terletak di Jalan Sawah Karang RT 03, RW 23 Jebres, No. 60 Surakarta. Kegiatan ini dimulai dengan mengidentifikasi visi dan misi, fasilitas yang tersedia dan anggota guru serta staf pondok pesantren.

Visi: Membentuk generasi muslim yang berkemajuan dalam bidang imtaq dan iptek

Misi:

1. Membentuk pribadi muslim yang berakidah kuat, taat beribadah, berakhlak mulia dan berkemajuan sesuai dengan kepribadian Muhammadiyah
2. Mengembangkan potensi dan skill mahasiswa dalam Berbagai bidang keilmuan
3. Menjadi pribadi yang bermanfaat bagi ummat, Da'i/Da'iyah yang terampil dan mandiri

Struktur Pengurus Pondok Pesantren Mahasiswa Tanwirul Fikr

Direktur	: Ust. Feri Firmansyah, Lc
Wakil Direktur	: Ust. Ahmad Syafi'ul Anam, Lc
Kurikulum	: Syafi'ul Umam, ST
Tata Usaha	: Alqon Ilmi, S.Pd
Sarana Prasarana	: Bp. Warjono
Kesantrian Putra	: Ahmad Salafudin
Kesantrian Akhwat	: Rafika Rahmawati
Dewan Asatidzah	: Ust. Drs. KH. Najmuddin Zuhdi, M.Ag Ust. Drs. H. Teguh, M. Pd Ust. Feri Firmansyah, Lc Ust. Ahmad Syafi'ul Anam, Lc Ust. Drs Jazuli Al Demaki, M.Pi Ust. KH. Al Furqon Hasbi, Lc, M.Ag Ust. KH. Nurcholis, Lc. M.Pi Ust. Nurul Huda, M.Ag Ust. Halim Maemun, SE., MM Ust. Kamaludin Irsyad, Lc Ustzh. Amalia Mu'minah Nailusyisyifa, S.Thi

Fasilitas yang tersedia di pondok pesantren mahasiswa Tanwirul Fikr yaitu masjid Baitusalam, asrama putra, asrama putrid, ruang kuliah, bangunan kelas, tenis meja dan kantor pesma.

Kegiatan extra mahasantri terdiri dari riyadloh (olah raga), tasmu; Al Qur'an (halaqoh Qur'an dan tausiyah santri, *English and Arabic day* setiap jum'at pagi), muhadtsah (berbincang dengan bahasa arab), khot (kegiatan menulis arab dengan baik, benar dan indah), tabligh akbar (pengajian akbar malam jumat pekan kedua setiap bulan yang diikuti oleh mahasantri dan masyarakat), rihlah 'ilmiyah dan mengajar TPA. Kontak yang bisa dihubungi yaitu nomer 081213947922/ 08579900725 atau melalui email dengan alamat tanwirulfikr.muhammadiyah@gmail.com.

Kurikulum di Tanwirul Fikr dibagi kedalam 6 semester sebagaimana ditunjukkan tabel 1.

Tabel 1. Kurikulum Tanwirul Fikr

Semester	Kurikulum
Semester 1	Tahsin dan Tahfizh I, Bahasa Arab I, Ibadah, Fiqih Dakwah, Kemuhammadiyah
Semester 2	Tahsin dan Tahfizh II, Bahasa Arab II, Sejarah Pemikiran Islam, Aqidah dan Akhlak
Semester 3	Tahsin dan Tahfizh III, Bahasa Arab III, Ulumul Quran, Ulumul Hadits, Ekonomi Islam I
Semester 4	Tahsin dan Tahfizh IV, Bahasa Arab IV, Ushul Fiqih, Faraid, Ekonomi Islam II
Semester 5	Tahsin dan Tahfizh V, Bahasa Arab V, Fiqih Munakahat, Pemikiran, Ekonomi Islam III
Semester 6	Tahsin dan Tahfizh VI, Bahasa Arab VI, Fiqih Munakahat, Pemikiran, Ekonomi Islam IV

Setelah penyusunan profil, langkah selanjutnya adalah pembuatan desain brosur dari pondok pesantren mahasiswa Tanwirul Fikr, yang dapat ditunjukkan oleh gambar 3.

Jadikan Dunia dalam genggamanmu, Akhirat dalam hatimu
Ilmu dunia penting, Ilmu akhirat lebih utama

STRUKTUR PENGURUS

Direktur
Ust. Feri Firmansyah, Lc.

Wakil Direktur
Ust. Ahmad Syaiful Anam, Lc.

Kurikulum
Syaiful Umam, S.T

Tata Usaha
Alqon Ilimi, S.Pd

Sarana Prasarana
Bp. Warjono

Kesantrian Putra
Ahmad Salafudin

Kesantrian Akhwat
Rafika Rahmawati

Mahasantri Putra

Mahasantri Putri

Dewan Asatidzah
Ust. Drs. KH. Najmuddin Zuhdi, M.Ag.
Ust. Drs. H. Teguh, M.Pd.
Ust. Feri Firmansyah, Lc.
Ust. Ahmad Syaiful Anam, Lc.
Ust. Drs. Jazuli Al Demaky, M.Pd.
Ust. KH. Al Furqon Hasbi, Lc. M.Ag.
Ust. KH. Nurcholish, Lc. M.Pd.
Ust. Nurul Huda, M.Ag.
Ust. Halim Maemun, S.E., M.M
Ust. Kamaluddin Irsyad, Lc.
Ustzh. Amalia Mu'minah Nailusyiyfa, S.Thl

Semester 1
1. Tahsin dan Tahfizh I
2. Bahasa Arab I
3. Ibadah
4. Fiqih Dakwah
5. Kemuhammadiyah

Semester 2
1. Tahsin dan Tahfizh II
2. Bahasa Arab II
3. Sejarah Pemikiran Islam
4. Aqidah
5. Akhlaq

Semester 3
1. Tahsin dan Tahfizh III
2. Bahasa Arab III
3. Ulumul Qur'an
4. Ulumul Hadits
5. Ekonomi Islam I

Semester 4
1. Tahsin dan Tahfizh IV
2. Bahasa Arab IV
3. Ushul Fiqih
4. Fara'idh
5. Ekonomi Islam II

Semester 5
1. Tahsin dan Tahfizh V
2. Bahasa Arab V
3. Fiqih Munakahat
4. Pemikiran
5. Ekonomi Islam III

Semester 6
1. Tahsin dan Tahfizh VI
2. Bahasa Arab VI
3. Fiqih Munakahat
4. Pemikiran
5. Ekonomi Islam IV

TANWIRUL FIKR

Riyadloh
(Olahraga Rutin bersama)

Tasmi' Al Qur'an
(Halaqoh Qur'an & Taushiyah Santri, English and Arabic day Setiap Jumat Pagi)

Muhadatsah
Berbicara dan bercakap-cakap dengan Bahasa Arab

Khot
Kegiatan Menulis arab yang baik, benar, dan indah

Tabligh Akbar
Penggajian Akbar Jum'at malam pekan ke-2 Setiap Bulan mahasantri dengan masyarakat

Kegiatan Ekstra Mahasantri

Masjid Baitussalam

Kediaman Pengasuh

Aserama Putra

Aserama Putri

Ruang Kuliah

Bangunan Kelas

Tenis Meja

Kantor Pesma

Rihlah Ilmiah

Mengajar TPA

Gambar 3. Desain Brosur Pondok Pesantren Tanwirul Fikr

Setelah brosur tersebut selesai dibuat, kemudian diadakan sebuah pertemuan untuk pelatihan mengenai pemasaran Pondok Pesantren Tanwirul Fikr. Pelatihan penting dilakukan karena dapat meningkatkan pengetahuan peserta terhadap sesuatu yang baru (Kurniawan, 2017). Pelatihan ini membahas tentang 12 pilar pemasaran bagi pondok pesantren tersebut. Kegiatan pelatihan dilaksanakan pada hari Selasa, tanggal 27 November 2018. Kegiatan tersebut dihadiri oleh 10 orang guru dan staf Pondok Pesantren Tanwirul Fikr. Daftar hadir peserta kegiatan tersebut dapat diperlihatkan oleh tabel 2.

Tabel 2. Peserta Pelatihan Pemasaran Website

No	Nama
1	Feri Firmansyah
2	Lukmansyah
3	Nur Ardiansyah
4	Deni Ihsan
5	Warjono
6	Nur Ngafiati
7	Hani Annisaa'
8	Ruqoyyah
9	Agustin Fatikasari
10	Hariratuz Zakiya'

Metode yang digunakan dalam pelatihan tersebut adalah pemaparan materi serta diskusi secara langsung. Pembicara dari pelatihan ini adalah Bapak Ahmad

Mardalis. Pembicara menjelaskan mengenai 12 pilar pemasaran bagi pondok pesantren Tanwirul Fikr. Alokasi waktu untuk kegiatan pelatihan ini disajikan dalam tabel 3.

Tabel 3. Alokasi Waktu Untuk Kegiatan Pendampingan

Kegiatan	Alokasi Waktu
Pembukaan	10 menit
Sesi 1: Pelatihan 12 Pilar Pemasaran Pondok Pesantren Tanwirul Fikr	60 menit
Sesi 2: Sesi Tanya Jawab dan Saran Pengembangan Website	45 menit
Penutupan	5 menit

Materi mengenai 12 pilar pemasaran pondok pesantren Tanwirul Fikr dapat ditunjukkan oleh tabel 4.

Tabel 4. Materi 12 Pilar Pemasaran Pondok Pesantren Tanwirul Fikr.

NO	12 Pilar	Contoh
1	Public Relation, Publisitas atau Press Release <i>: Sarana awareness yang paling murah dan efektif karena dalam sekali kesempatan (waktu) bisa menyentuh banyak orang sekaligus.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Asatidz menulis buku pelajaran. • Sering melakukan studi banding ke perusahaan. • Pertukaran Mahasiswa. • Mendatangkan asatidz pengajar dari luar pesantren. • Sistem Online. • Bekerjasama dan kemitraan dengan bidang terkait pesantren. • Bekerjasama dengan bank dengan memberikan selebaran.
2	Referral <i>: Yang menyentuh market bukan lah kita sendiri. (satu orang mengajak seseorang maksimal beberapa orang).</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mahasiswa dan organisasi TF mendatangi SMA agar masuk TF. • Alumni merasa puas dan menceritakan pada temannya untuk mondok di TF. • Sekolah Islam bekerjasama dengan TF. • Nilai UAS rata-rata 7,0 bebas tes. • Potongan uang pembangunan untuk pendaftar paling awal.
3	Endorsement	<ul style="list-style-type: none"> • Surat edaran menteri pendidikan

<p><i>: Yang menyentuh market bukan lah kita sendiri. (satu orang bisa mengajak seribu eorang, atau semua dalam kategorinya).</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • tentang akreditasi TF. • Rekomendasi ketua PP Muhammadiyah mengenai TF. • Menteri pendidikan Seminar di TF. • PDGI jawa tengah Merekomendasikan TF. • PGRI semarang merekomendasikan TF. • Komite dagang Surakarta merekomendasikan TF. • Persatuan Advokat menyarankan kuliah di TF.
<p>4 Advertising <i>Iklan : Televisi, Koran Nasional, Koran Lokal, Majalah, Spanduk, Brosur, Baliho, Radio, Yellow Pages, Website, Striker, Kartu Nama, dll.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Iklan di Koran Solopos. • Iklan di Koran Joglosemar. • Iklan di Koran Jawapos. • Iklan di Koran Radarsolo. • Iklan di TATV. • Iklan di Baliho di kota-kota besar di bagian Surakarta dan sekitarnya. • Iklan Website. • Iklan brosur. • Iklan pamflet • Pendaftar mendapat Stiker gratis TF, dan gantungan kunci TF. • Mobil berlogo TF. • Baju, jaket dan topi berlogo TF untuk karyawan TF. • Baju batik TF untuk para karyawan disetiap hari jumat. • Majalah pabelan pos. • Kalender TF.
<p>5 Direct Mail <i>: Surat, faksimile, email (surel), juga SMS, catalog, Stiker Nomor Penting.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengirim surat ke SMA tentang pendaftaran mahasiswa baru di TF. • Selebaran dan stiker TF. • Katalog biaya masuk mahasiswa baru. • Info lewat Email. • Hotline lewat telephon dan faximile. • Website dan email TF.
<p>6 Direct Sales <i>: Penjualan yang dilakukan secara langsung kepada target market.</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pendaftaran digedung admisi TF. • Pendafran melalui internet: di http://pbm.TF.ac.id. • Ujian masuk TF lewat SMA.

7 Direct Agent <i>Agen.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat agen pemasaran di setiap wilayah kota. • Membuat cabang kampus di daerah tertentu.
8 Host Beneficiary <i>: Mempromosikan produk dan jasa langsung kepada customer perusahaan lain.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • TF bekerjasama dengan majalah MOS untuk memasarkan TF. • Mahasiswa TF gratis biaya kesehatan di klinik. • Mahasiswa TF gratis Hotspot dan posting Jurnal internasional.
9 Telemarketing <i>: Menyentuh target market dengan sepenuhnya menggunakan telepon.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Menggunakan telemarket yang handal yang digabung dengan direct mail.
10 Join Venture <i>: Kerjasama dengan pesaing perusahaan sejenis.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • TF bekerjasama dengan Kingston University untuk kelas internasional bidang teknik otomotif. • TF bekerjasama dengan Charles Darwin university Australia ekonomi manajemen dan merambah ke fakultas ilmu kesehatan. • TF bekerjasama dengan university of derby uk untuk teknik sipil.
11 Memberikan Seminar <i>: Seminar dapat lebih fokus pada target market kita.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Mengadakan seminar entrepreneur Ippho "Right" Santosa. • Wakil menteri yang seminar Di TF. • Iklan datang seminar di surat kabar. • Mengadakan seminar mengenai pendidikan. • Mengadakan seminar dengan narasumber para ahli. • Memberiksn brosur pada saat seminar.
12 Canvasing atau Booth <i>: Membuka booth yang menjual produk barang kita.</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Membuat booth di tempat seminar. • Customer service yang handal di tempat pendaftaran. • Menggunakan para mahasiswa di tempat-tempat pendaftaran. • Membuat booth di setiap fakultas. • Menyediakan sarana dan prasarana pemasaran seperti brosur dan lain sebagainya.

Diskusi pelatihan dilakukan hanya 1 kali dengan membahas 12 pilar pemasaran. Hanya saja, dilakukan pendampingan terhadap Pondok Pesantren dalam menerapkan 12 pilar pemasaran tersebut. Pendampingan dilakukan oleh tim pengabdian untuk memastikan pemasaran sudah dilakukan dengan tepat dengan harapan santri di Pondok Pesantren Tanwirul Fikr dapat meningkat.

Dari pelatihan yang telah dilakukan, pengurus pondok pesantren jadi mengerti mengenai strategi pemasaran yang harus dilakukan untuk meningkatkan promosi di Pondok Pesantren Tanwirul Fikr.

Langkah berikutnya dari kegiatan pengabdian ini adalah pembuatan website sebagai sarana promosi secara online untuk Pondok Pesantren Tanwirul Fikr dengan isi berupa profil pondok pesantren, leaflet maupun informasi yang sudah dibuatkan pada pengabdian ini.

Simpulan

Berdasarkan hasil dan analisa yang telah dilakukan, telah disusun profil pondok pesantren Tanwirul Fikr, yang berisi : visi, misi, susunan pengurus, fasilitas yang disediakan, kurikulum serta kegiatan ekstrakurikuler. Setelah dibuat profil, hasil berikutnya adalah dibuatnya brosur yang dapat menjadi alat promosi untuk pondok pesantren Tanwirul Fikr. Hasil terakhir adalah telah dilakukan pelatihan mengenai 12 pilar pemasaran untuk pondok pesantren Tanwirul Fikr, yang berisi tentang : *Public Relation, Publisitas atau Press Release; Referral; Endorsement; Advertising; Direct Mail; Direct Sales; Direct Agent; Host Beneficiry; Telemarketing; Join Venture; Memberikan Seminar; dan Canvoasing atau Booth*

Daftar Pustaka

- Hua, N. (2016). E-commerce performance in hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(9), 2052-2079.
- Nulhakim, L. (2017). Pengaruh pendidikan formal terhadap eksistensi pesantren salafiah di Pesantren An-Nur Kecamatan Cilawu Kabupaten Garut. *Jurnal Pendidikan UNIGA*, 6(1), 32-51.
- Kurniawan, Y. I. (2017). Pelatihan aplikasi pengukuran minat kejuruan siswa bagi guru Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) Se-Jawa Tengah. *Warta LPM*, 19(2), 149-155.
- Kurniawan, Y. I. (2018). Pembangunan website informasi ekolah di SMA Negeri

Kerjo, Karanganyar. *J-ABDIPAMAS (Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat)*.
2(1), 116-129.

Sarmah, B., Sharma, S., & Gupta, S. (2017). Antecedents of e-business adoption intention: an empirical study. *International Journal of Innovation Science*, 9(4), 417-434.